

Großes Händlerinteresse an der Marke Mazda

ERFOLGREICHER START FÜR NEUES MAZDA HÄNDLERNETZ

- **Neue und bestehende Händler sind von Mazda überzeugt**
- **Hohe Investitionsbereitschaft in Neu- und Ausbauten von Autohäusern**
- **Weitere geeignete Partner für interessante Standorte gesucht**

Leverkusen, 15. November 2012: Die zum 1. November 2012 in Kraft getretene neue Struktur des Mazda Händlernetzes in Deutschland sorgt für ein großes Interesse neuer Händler an der Marke Mazda. Auch in den Augen der bereits bestehenden Händler gewinnt Mazda als Marke, mit der man langfristig erfolgreich arbeiten kann, immer weiter an Attraktivität. Dies lässt sich an zahlreichen Neubauten und Erweiterungen bestehender Betriebe sowie am Start vieler neuer Händler ablesen.

„Nach der Umstellung auf die neue Netzstruktur herrscht nun Klarheit bei Verträgen und Margen“, sagt Bernhard Kaplan, Direktor Vertrieb der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Mit der neuen Struktur hat Mazda als verlässlicher Partner der Händler eine hohe Planungssicherheit geschaffen, die Investitionen in die Betriebe begünstigt. Mazda Partner planen heute rund 20 Millionen Euro an Investitionen in neue Betriebe. Zudem verlangt Mazda keine übertriebenen Standards und behält damit sowohl das Interesse der Händler als auch das Wohl der Kunden im Blick.“ Darüber hinaus führt die mit der Umstellung verbundene Reduzierung der Netzdichte dazu, dass viele Mazda Standorte durch größere Abdeckungsgebiete an Attraktivität gewinnen.

„Die große Nachfrage und Investitionsbereitschaft der Händler zeigt, dass die bestehenden und neuen Mazda Partner von den Erfolgsaussichten und der Markenstrategie überzeugt sind“, sagt Josef A. Schmid, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH. „Wir freuen uns sehr über diese Entwicklung und darauf, gemeinsam mit dieser hochmotivierten Händlerschaft die grundlegende Erneuerung unserer gesamten Modellpalette in Angriff zu nehmen.“

„Aus unserer Sicht ist der Zeitpunkt ideal, um in das Geschäft mit Mazda einzusteigen“, sagt Michael Lang, Inhaber des Karlsruher Autohauses Lang Automobile GmbH, das die Marke ab Januar neu ins Programm aufgenommen hat. „Mazda ist eine wichtige Ergänzung für unser Portfolio, um ein zweites Standbein aufzubauen und unsere Ertragslage zu verbessern.“

Zu den Mazda Händlern, die zusätzliche Standorte übernehmen, zählen das Autohaus Böttcher in Zwickau, Autohaus Freund in Fischbach, Autohaus Koch & Hermann in Köthen, Autohaus Römhild in Rodgau und Auto Becker in Rhede. Neu in der Mazda Familie sind beispielsweise Autohaus Kuhlmann in Wuppertal, Autohaus Müller & Remsing in Bochum, Autohaus Elstner in Jena, Autohaus Lang in Karlsruhe, Autohaus Ehrlich in Aschaffenburg, Moll Automobile in Aachen und Düren sowie Autohaus Regett in Soest. Alle neuen Händler haben bereits angekündigt bzw. begonnen, neue Häuser oder Ausstellungsräume zu bauen.

Insgesamt umfasst das deutsche Vertriebsnetz nun 446 Standorte. Mit zwölf weiteren Händlern steht Mazda kurz vor dem Abschluss einer Absichtserklärung (Letter of Intent) für eine künftige Partnerschaft. Zudem ist eine Reihe von Mazda Partnern dabei, geeignete Autohäuser für die Besetzung neuer Standorte zu finden. Darüber hinaus sucht Mazda noch weitere Händler für interessante Standorte mit hohem Potenzial und begrüßt jede Anfrage von Mazda Partnern und bislang markenfremden Händlern.

Derzeit gibt es unter anderem noch folgende Open Points, von denen die Mehrheit innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre geschlossen werden soll: München-Süd, Freiburg, Hamburg-Harburg, Norderstedt, Delmenhorst, Kiel-Süd, Berlin-Pankow, Berlin-Süd, Walldorf, Waiblingen, Saarlouis, Wiesbaden, Koblenz, Münster-Nord, Leonberg, Villingen-Schwenningen, Kirchheim/Teck, Lünen, Herford, Hanau, Bad Oeynhausen, Minden, Itzehoe und Erding.

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de

